

# DIE NACHBARSCHAFTSKAMPAGNE.

**Hallo  
Nachbarin,**

**Hallo  
Nachbar,**

**Hallo**

**Hallo  
Nachbar,**

**Hallo  
Nachbarin,**

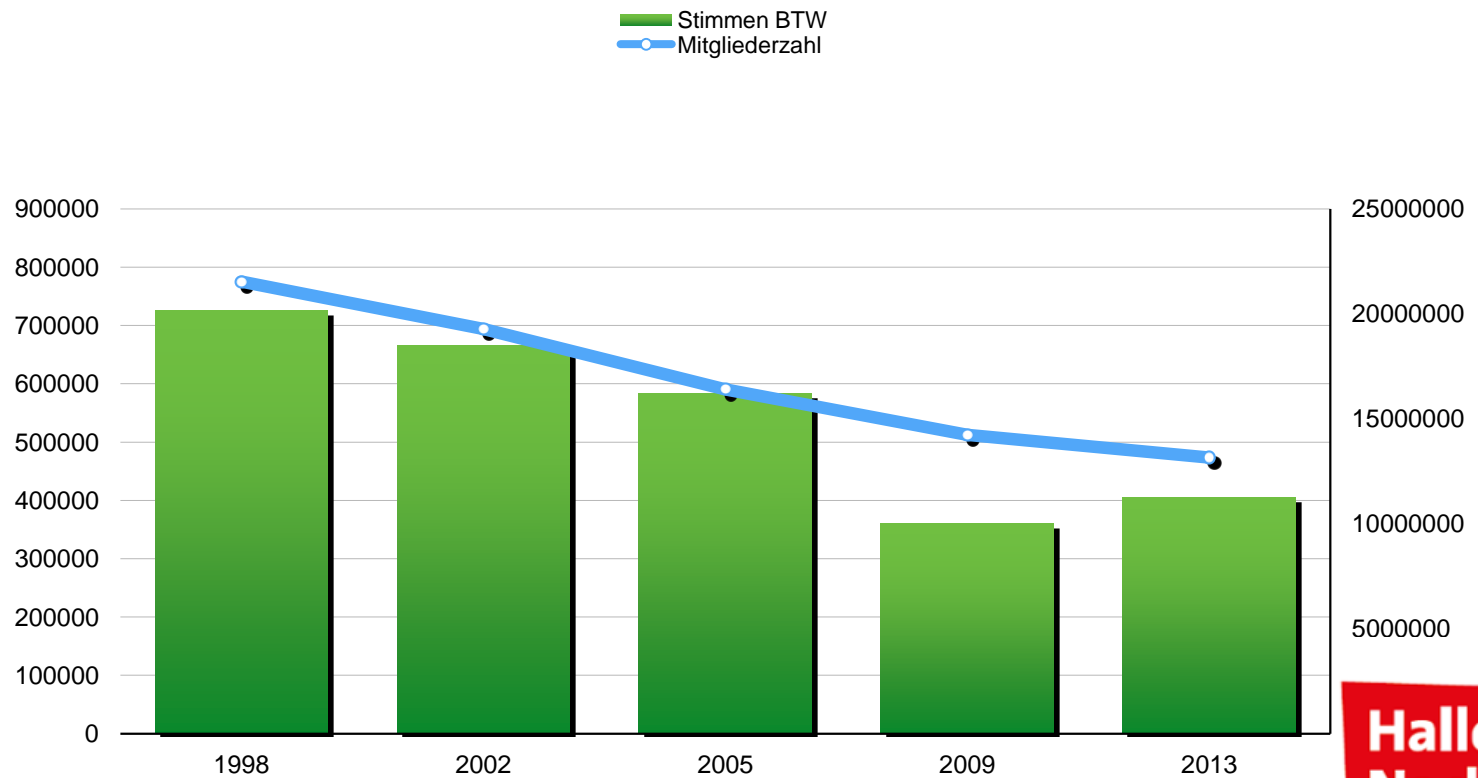
**Hallo  
Nachbar,**

**SPD**

[SPD.de](https://www.spd.de)

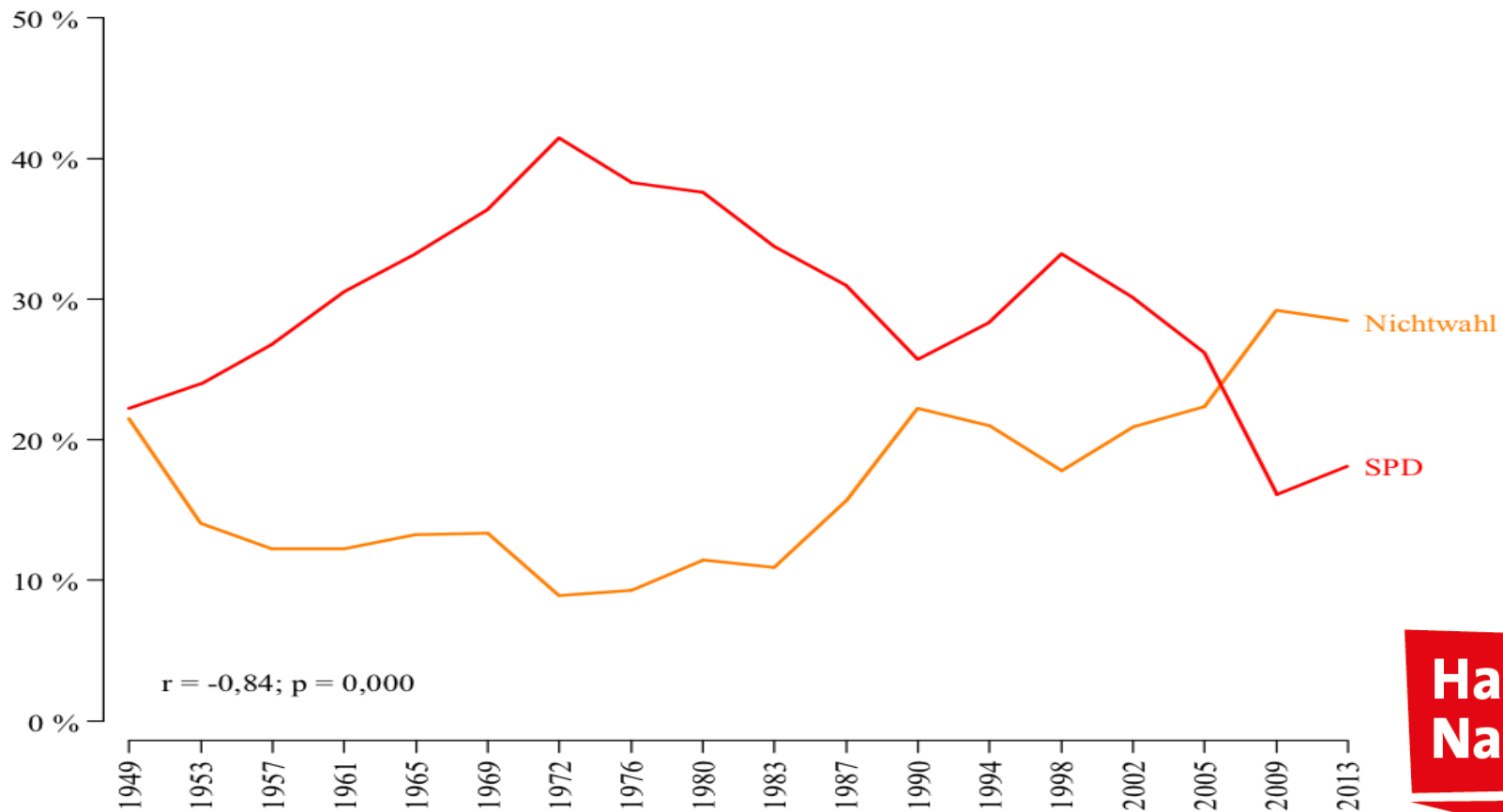


## Herausforderungen I: Mitgliederentwicklung



Hallo Nachbarin,

## Herausforderungen II: NichtwählerInnen



**Hallo  
Nachbar,**

## Grundidee der Nachbarschaftskampagne

- Die Nachbarschaftskampagne ist keine Werbekampagne. Sie ist eine **Philosophie zeitgemäßer Parteiarbeit** angesichts von Politikverdrossenheit, Politikerverachtung und postdemokratischen Entwicklungstendenzen.
- Es geht darum, die Politik zu erden. Der Weg dahin: Eine klare Sprache, **Probleme offen ansprechen**. Sich nicht hinter überkomplexen Themen verstecken, sondern aufgreifen, was buchstäblich auf der Straße liegt. Nicht Konzepte ankündigen, sondern **direkt etwas anpacken**.
- Die Politik wird nicht mehr nur für Menschen entscheiden und Lösungen suchen. Es geht um die Wiederentdeckung der **Fähigkeit, Menschen zusammenzubringen**, statt über sie zu entscheiden.

Hallo  
Nachbarin,

## Attribute der Kommunikation:



**Hallo  
Nachbar,**

## Die Kampagne für alle Unterbezirke und Kreisverbände

### KOMMUNIKATIONSAUFBAU:

#### **Hallo Nachbarin, hallo Nachbar.**

Nach innen: Aktivierung  
Nach außen: Ansprache,  
Offenheit, Verbundenheit

#### **Wir sind da.**

Nach innen: Handeln  
Nach außen: Nähe,  
Angebote, gemeinsam  
Lösungen entwickeln

#### **Hier geht mehr.**

Nach innen: Umsetzung  
Nach außen: Aktivierung,  
Lösungsorientierung,  
Bewegung, Mitmachen

**Aber:** Wie gut kennen wir unsere Nachbarschaft noch?  
Unser Viertel, unseren Stadtteil, unsere Dorfgemeinschaft?  
Was erwarten die Nachbarn und Nachbarinnen?  
Was treibt sie um, wer treibt sie an?



**Hallo  
Nachbar,**

## Die Kampagne für alle Unterbezirke und Kreisverbände

**STARTPAKET: NACHBARSCHAFT ERKUNDEN, NEUES ENTDECKEN.**



**Hallo  
Nachbarin,**

# Die Kampagne für alle Unterbezirke und Kreisverbände

## STARTPAKET: NACHBARSCHAFT ERKUNDEN, NEUES ENTDECKEN.

### Zielsetzung:

Die SPD gewinnt neue, vielleicht andere Blicke auf ihre Nachbarschaft. Und sie identifiziert die nachbarschaftlich Aktiven.





**Hallo  
Nachbar,**

**SPD**

Wir stoßen Debatten an und erzählen Geschichten über Teams, Nachbarschaften und Aktionen

09/2014

11/2014

01/2015

03/2015

05/2015

07/2015

09/2015

11/2015

Projektmesse

Kampagnen-  
start

09/2014 11/2014

Kampagnenplanung;  
Arbeitsprogramm;  
Teamaufbau

01/2015 03/2015

Dialog-Veranstaltungen  
Stadtteilkonferenzen

05/2015 09/2015

Nachhaltige Überführung  
in tägliche Parteiarbeit &  
Evaluation

11/2015

Aktivierung  
Campaigner\_innen, UB

Aktivierung Partei,  
insbesondere OVV

Aktivierung  
Mitgliedschaft

Aktivierung MitstreiterInnen

Startpaket: Nachbarschaft erkunden, Zielgruppen- + Potenzialanalyse,  
Kampagnenplaner, Aktionspakete

Bundesweite BürgerInnenforen

Start Mitmachen

Start Kampagnenseite spd.de

Öffentliche Begleitung

**Hallo  
Nachbarin,**



## Die Kampagne für alle Unterbezirke und Kreisverbände

### INSTRUMENTE (AUSWAHL)

#### ■ Dialogorientierte Veranstaltungsformate

(z. B. Umfragen und BürgerInnen-Interviews, Tür-zu-Tür-Aktionen, Kiezspaziergänge und Outdoor-Sprechstunden im Viertel, Stadtteiltage mit MandatsträgerInnen und BürgerInnenkonferenzen)

#### ■ Kreative Aktionsideen

#### ■ **MITMACHEN.SPD.DE**

- Mobilisierungsplaner
- Straßen priorisieren nach Zielgruppe
- Unterbezirksweite Aktionen

The logo for "Halo Nachbar" features the text "Halo Nachbar," in white on a red speech bubble background.

Halo  
Nachbar,

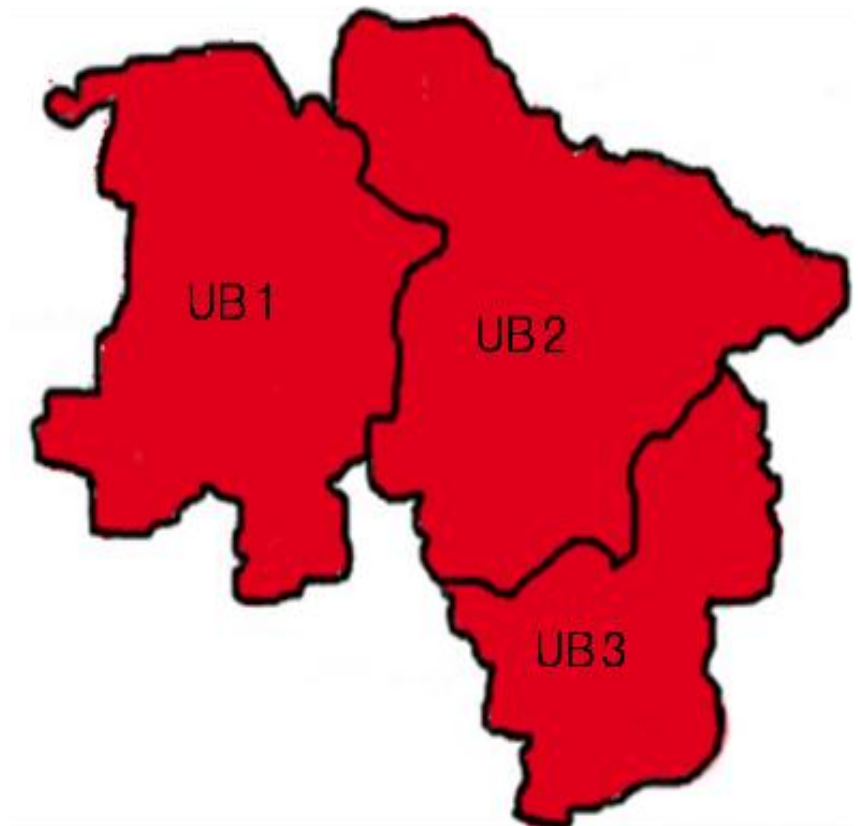


*„Ausbau von MITMACHEN.SPD.DE zu einer **Dialog- und Kampagnenplattform**. Als **flexibles** und **nutzerfreundliches** Instrument soll sie sich sowohl an der **Parteistruktur** als auch an **Wahlkreisen** für Landes- und Bundestagswahlen orientieren können und allen Interessierten ermöglichen, sich an **Kampagnen der SPD** zu beteiligen.“*

*(„Perspektiven. Zukunft. SPD!“ – beschlossen auf dem Bundesparteitag 2013)*

## DIE NEUE GRUNDSTRUKTUR

- Wir holen die Plattform näher an die Parteistruktur.
- Die Hauptebene „Wahlkreis“ wird durch den Unterbezirk ersetzt
- Freiwillige registrieren sich weiterhin mit ihrer Email-Adresse und der PLZ.
- Teams aufgrund der PLZ gibt es nicht mehr.



## 21 Modellregionen als Projekt der Organisationsentwicklung

- Die Modellregionen arbeiten konzentriert in der Nachbarschaftskampagne und mit Rückkoppelung zur Parteizentrale.  
Wir wollen **miteinander, untereinander und voneinander lernen**.
- Erkenntnisse aus den Modellregionen fließen direkt ein, in die Kampagne für alle Unterbezirke und Kreisverbände.
- Zielsetzung: Wege und Verfahren zu erproben und einzuführen, die die Parteiarbeit vor Ort **nachhaltig aktivieren** und dauerhaft stärken.
- Die Arbeit in den Modellregionen wird begleitet und wissenschaftlich ausgewertet (**Evaluation**).
- **Wichtig: Erfahrungen und Aktionsbeispiele der Modellregionen werden unmittelbar allen Unterbezirken und Kreisverbänden zur Verfügung gestellt.**

Hallo  
Nachbarin,

## 21 Modellregionen als Projekt der Organisationsentwicklung

- |  |   |
|--|---|
| (1) Alzey-Worms (LV Rheinland-Pfalz),    | (12) Prignitz (LV Brandenburg)                                  |
| (2) Bautzen (LV Sachsen),                | (13) Ravensburg (LV BaWü)                                       |
| (3) Dortmund (LV NRW)                    | (14) Rhein-Erft-Kreis (LV NRW)                                  |
| (4) Erfurt-Weimar-Jena (LV Thüringen)    | (15) Rostock (LV MV)  |
| (5) Friedrichshain-Kreuzberg (LV Berlin) | (16) Saarbrücken-Stadt (LV Saarland)                            |
| (6) Gifhorn (LV Niedersachsen)           | (17) Schaumburg (LV Niedersachsen)                              |
| (7) Groß-Gerau (LV Hessen)               | (18) Segeberg (LV Schleswig-Holstein)                           |
| (8) Halle (LV Sachsen-Anhalt)            | (19) Unterfranken (LV Bayern)                                   |
| (9) Kassel-Stadt (LV Hessen)             | (20) Wandsbek (LO Hamburg)                                      |
| (10) Konstanz (LV BaWü)                  | (21) Schwerpunktregion „Junge<br>ArbeitnehmerInnen“ (LV Bayern) |
| (11) Oberhausen (LV NRW)                 |   |

## Die Projektmesse als „Börse“ für die Erneuerung unserer Arbeit

### PROJEKTE ZEIGEN. PROJEKTE KENNEN. PROJEKTE UNTERSTÜTZEN. PROJEKTE INITIIEREN.


- **Spannende Projekte** aus unterschiedlichen Bereichen gesellschaftlichen Engagements. Aus dem In- und Ausland.
- Projektbörse und Diskussionspanels bilden ein **Praxislabor**.
- Mit dabei sind zahlreiche **Neumitglieder**.  
Und die Vorsitzenden der SPD-Unterbezirke und Kreisverbände.
- Die Projektmesse im **Spätsommer 2015** ermöglicht auch eine „Leistungsschau“ für Unterbezirke und Modellregionen.



Hallo  
Nachbar,



**SPD**



**Hast Du auch Ideen, wie  
man am besten die Nachbar-  
schaft entdecken und mit  
den Menschen vor Ort ins  
Gespräch kommen kann?**



**Dann schreib an  
[nachbarschaft@spd.de](mailto:nachbarschaft@spd.de).**



**Hallo  
Nachbarin,**